

**DISORIENTASI KONSUMEN DALAM SASARAN BAURAN  
KOMUNIKASI PEMASARAN SINGKONG KEJU D-9 SALATIGA**

**Oleh**

**ALFIAN WEMFY VERCHANA REIZ**

**362013059**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Program studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana**

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
SALATIGA**

**2016**



## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfian Wemy Verchana Reiz  
NIM : 362013059 Email : awverchana@gmail.com  
Fakultas : FISKOM Program Studi : KOMUNIKASI  
Judul tugas akhir : DISORIENTASI KONSUMEN DALAM SASARAN BAWAN  
KOMUNIKASI PEMASARAN SINGKONG KEJU D-G SALATIGA

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif*\* kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☐ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☒ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA\*\*

\* Hak yang tidak terbatasnya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

\*\* Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 5 September 2017.

Alfian Wemy V.R

Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,

Tanda tangan & nama terang pembimbing I

Priatni Cristin Harmita, S.Sos. M.Ikom

Tanda tangan & nama terang pembimbing II





## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfian Wempy Verchana Reiz  
NIM : 362013059 Email : awverchana@gmail.com  
Fakultas : FISKOM Program Studi : Komunikasi  
Judul tugas akhir : DISORIENTASI KONSUMEN DALAM SASARAN BAHAN  
KOMUNIKASI PEMASARAN SINGKONG KEJU D-S  
SALATIGA  
Pembimbing : 1. Sampoerno, S.Pd., M.Si  
2. Pratiwi Cristin Harnita, S.Sos., M.I.Kom.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 5 September 2017

  
  
Alfian Wempy Verchana . R.  
Tanda tangan & nama terang mahasiswa



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul skripsi : **DISORIENTASI KONSUMEN DALAM SASARAN  
BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN SINGKONG  
KEJU D-9 SALATIGA**

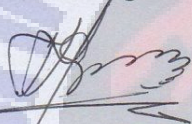
Nama Mahasiswa : **ALFIAN WEMFY VERCHANA REIZ**

NIM : **362013059**

Program studi : **KOMUNIKASI**

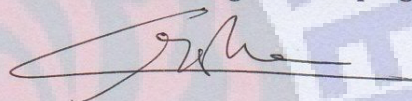
Disetujui Oleh,

**Pembimbing Utama,**



Sampoerno, S.Pd., M.Si

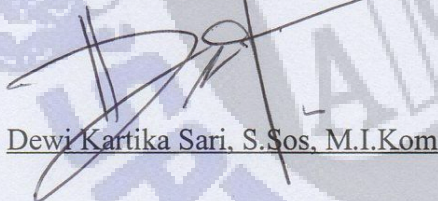
**Pembimbing Pendamping,**



Pratiwi Cristin Harnita, S.Sos, M.I.Kom

**Diketahui Oleh,**

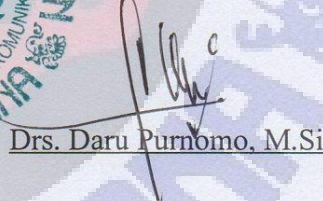
**Kaprodi,**



Dewi Kartika Sari, S.Sos, M.I.Kom

**Disahkan Oleh,**

**Dekan,**



Drs. Daru Purnomo, M.Si

Disetujui tanggal : 25 Agustus 2017

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi  
Universitas Kristen Satya Wacana  
Salatiga  
2017**



## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR**

Yang bertanya tangan di bawah ini,

Nama : Alfian Wemfy Verchana Reiz

NIM : 362013059

Program Studi : Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi,  
Universitas Kristen Satya Wacana

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir, Judul:

DISORIENTASI KONSUMEN DALAM SASARAN BAURAN KOMUNIKASI  
PEMASARAN SINGKONG KEJU D-9 SALATIGA

Yang dibimbing oleh:

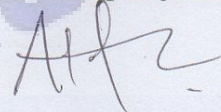
1. Sampoerno, S.Pd., M.Si
2. Pratiwi Cristin Harnita, S.Sos, M.I.Kom.

adalah benar-benar hasil karya saya.

Di dalam laporan tugas akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau gambar serta symbol yang saya aku seolah-olah sebagai karya saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis atau sumber aslinya.

Salatiga, 16 Agustus 2017

Yang memberi pernyataan,



ALFIAN WEMFY VERCHANA REIZ



## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW), saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfian Wemfy Verchana Reiz

NIM : 362013059

Program Studi : Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi / Tesis / Disertasi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UKSW Hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**DISORIENTASI KONSUMEN DALAM SASARAN BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN SINGKONG KEJU D-9 SALATIGA**

berserta perangkat yang ada (jika perlu).

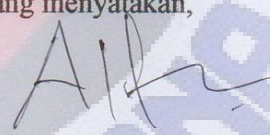
Dengan hak bebas royalti non-eksklusif ini, UKSW berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Salatiga

Pada tanggal : 16 Agustus 2017

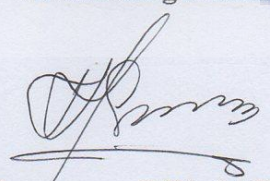
Yang menyatakan,

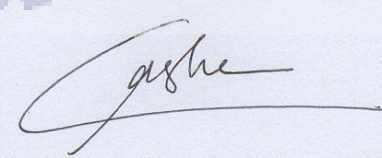
  
ALFIAN WEMFY VERCHANA REIZ

Mengetahui,

**Pembimbing Utama,**

**Pembimbing Pendamping,**

  
Sampoerno, S.Pd., M.Si

  
Pratiwi Cristin Harnita, S.Sos, M.I.Kom

## AYAT DAN PERSEMBAHAN

*“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum hingga mereka mengubah diri mereka sendiri”.*

*QS. Ar-Ra'd : 11*

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”.*

*QS. Al-Insyirah: 5-6*

*“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.*

*QS. Al-Baqarah: 286*

*“Dan boleh jadi kamu membenci sesuatu tetapi ia baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu tetapi ia buruk bagimu, dan Allah mengetahui dan kamu tidak mengetahui”.*

*QS. Al-Baqarah: 216*

*Skripsi ini penulis persembahkan untuk ke dua orang tua penulis.  
Karena berkat mereka, penulis bisa ada hingga seperti sekarang ini.  
Tanpa mereka penulis bukanlah apa-apa.*



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah Yang Maha Esa atas segala berkat luar biasa yang telah diberikan kepada peneliti dari awal penelitian hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “DISORIENTASI KONSUMEN DALAM SASARAN BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN SINGKONG KEJU D-9 SALATIGA”.

Proses penelitian skripsi ini menjadi suatu pengalaman yang tidak terlupakan bagi peneliti, dimana disini peneliti menerapkan berbagai pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan berlangsung. Selain itu proses penelitian skripsi ini menjadi proses pendewasaan diri, dimana ketika peneliti menemukan berbagai kendala, peneliti menemukan berbagai petunjuk, bimbingan dan motivasi dari pihak di sekeliling peneliti. Sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Oleh karena ini pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. **Keluarga tercintaku**, baik yang berada di Salatiga, Surabaya, maupun Majalengka atas segala motivasinya kepada peneliti dan selalu memberikan suntikan semangat yang tak terhingga.
2. **Mas Sampoerno** selaku dosen pembimbing satu yang sudah peneliti anggap sebagai teman berbagai, sahabat, mentor, hingga orang tua, meskipun sulit untuk ditemui, selalu sibuk sana dan sini, namun semua nasihat, motivasi, hingga bimbingannya mampu menyemangati dan menyadarkan peneliti. Maaf ya mas kalau wamfy banyak salah.
3. **Mba Tiwi** selaku dosen pembimbing dua yang super sekali. Terima kasih kepada Mba Tiwi karena sudah memberikan banyak solusi di tengah kepenatan menghadapi masalah penelitian skripsi ini. Terima kasih pula atas revisiannya yang “sangat sedikit” bagi Mba Tiwi dan “sangat banyak” bagi peneliti, namun peneliti sepenuhnya sadar bahwa semua revisi tersebut merupakan hal yang fatal jika tidak dibenahi.



4. **Mba Nat** selaku Wali Studi peneliti selama menjadi mahasiswa FISKOM UKSW yang telah memberikan banyak bantuan terkait perkuliahan peneliti.
5. **Para Dosen Fiskom, Mba Dewi, Mas Seto, Mas Bonard, Mba Wilsa, Mba Ester, dan lain-lain,** terimakasih telah membagi ilmu selama perkuliahan.
6. **Pak Hardadi sekeluarga** selaku pemilik Singkong Keju D-9 yang telah banyak memberikan waktunya serta kesabarannya dalam menerima kedatangan peneliti yang bolak-balik, maaf sudah banyak merepotkan.
7. **Achmad Fatkur Rachman** sahabat sekaligus partner yang sering menemani peneliti dalam melakukan penelitian skripsi ini. Terimakasih kur, jasa, usaha, waktu, dan masukanmu tidak akan pernah peneliti lupakan
8. **Ivan Mangihut** “si galau” yang katanya sudah tidak galau lagi. Terima kasih sahabat, atas segala masukan dari curhatan baik mengenai skripsi maupun dunia perpacaran peneliti.
9. **Debora Maya** selaku “pasangan” atau belahan jiwa peneliti selama menjadi mahasiswa di FISKOM UKSW. Terimakasih atas semua semangat dan motivasi yang telah diberikan. Tanpa adanya kamu, peneliti bukanlah siapa-siapa.
10. **Heri “Chu” dan Dendi.** terimakasih kepada teman sependaritan peneliti atas segala waktu yang diberikan, tawa dan canda yang dibagikan. Tanpa adanya kalian, skripsi peneliti tetap jalan.
11. **Milka Yuliana “Nonik”** sahabat yang dekat pada semester-semester pertengahan yang banyak memberikan motivasi kepada peneliti, membantu menyelesaikan permasalahan baik permasalahan skripsi maupun permasalahan duniawi peneliti.
12. **Nia Clara** yang banyak memberikan motivasi kepada peneliti, membantu menyelesaikan permasalahan baik permasalahan skripsi maupun permasalahan duniawi peneliti.



13. **Para Voluntir pameran fotografi dasfot 2017** yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak pelajaran hidup, kekeluargaan, canda, tawa, dan motivasi kepada peneliti sehingga peneliti kembali bersemangat dalam menjalani hari-hari.

Terimakasih banyak, semoga apa yang telah diberikan kepada peneliti mendapat berkat yang melimpah dari Allah Yang Maha Esa. Akhir kata, meskipun peneliti menyadari terdapat sedikit banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini, peneliti berharap skripsi ini tetap berguna dan bermanfaat bagi para pembaca.

Salatiga, 16 Agustus  
2017  
Peneliti,

**Alfian Wemfy**  
**Verchana Reiz**



## SARIPATI

Menyusun strategi komunikasi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam berbisnis. Kegagalan dalam membidik segmen sasaran atau disorientasi konsumen dalam sasaran bauran komunikasi pemasaran merupakan hal yang fatal bagi suatu perusahaan. Singkong Keju D-9 Salatiga merupakan salah satu produk UMKM lokal Kota Salatiga yang mengalami disorientasi konsumen tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mendiskripsikan bagaimana disorientasi konsumen dalam sasaran bauran komunikasi pemasaran bisa dialami oleh Singkong Keju D-9 Salatiga. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif eksplanatif. Peneliti ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan studi pustaka dalam memperoleh data yang akurat.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa penyebab utama terjadinya disorientasi ini adalah karena adanya ketidaksesuaian antara apa yang sudah direncanakan dengan apa yang telah diimplementasikan. Strategi komunikasi pemasaran tidak dipersiapkan secara matang pada tahap perencanaan penyusunan strategi komunikasi pemasaran. Sehingga bisa dikatakan bahwa apa yang direncanakan, tidak sesuai dengan apa yang dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa WOM atau *Word-Of-Mouth* menjadi faktor pendukung terjadinya disorientasi konsumen yang dialami oleh Singkong Keju D-9 Salatiga. Peneliti juga menemukan bahwa kegiatan pemasaran berbentuk sponsor acara kemahasiswaan tidak begitu efektif dalam memikat anak muda dan mahasiswa Kota Salatiga.

*Kata kunci: strategi komunikasi pemasaran, disorientasi, WOM, bauran promosi.*



## **ABSTRACT**

*Developing marketing communication strategy is very important for business. A failure of aiming segment target or consumer's disorientation under the target of marketing communication mix is a fatal chase for a company. Singkong Keju D-9 Salatiga is one of local UMKM from Salatiga City that experiencing a consumer's disorientation. In this study, researcher wants to describe how did consumer's disorientation can happen at Singkong Keju D-9 Salatiga. This research uses qualitative approach with descriptive explanative research's type. This research uses observation technique, interview, and literature studies to get an accurate data.*

*The result from this research shows that the main cause of this disorientation is because there's a discrepancy between what has been planned and what has been implemented. The marketing communication strategy wasn't well prepeared in the planning stage of communications marketing strategy. So it can be said that what have been planned, did not match with what it was done. In this research, the researcher finds that WOM or Word-Of-Mouth is a contributing factor of the consumer's disorientation experienced by Singkong Keju D-9 Salatiga. The reseracher also finds out that the marketing strategy as sponsoships for collage students is not very effective on attracting adeolescent and college students of Salaiga City.*

**Keywords:** *marketing communication strategy, disorientation, WOM, promotion mix.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS</b>	
<b>TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>AYAT DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>SARIPATI .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Definisi Konsep .....	5
<b>BAB II. LANDASAN TEORITIS .....</b>	<b>7</b>

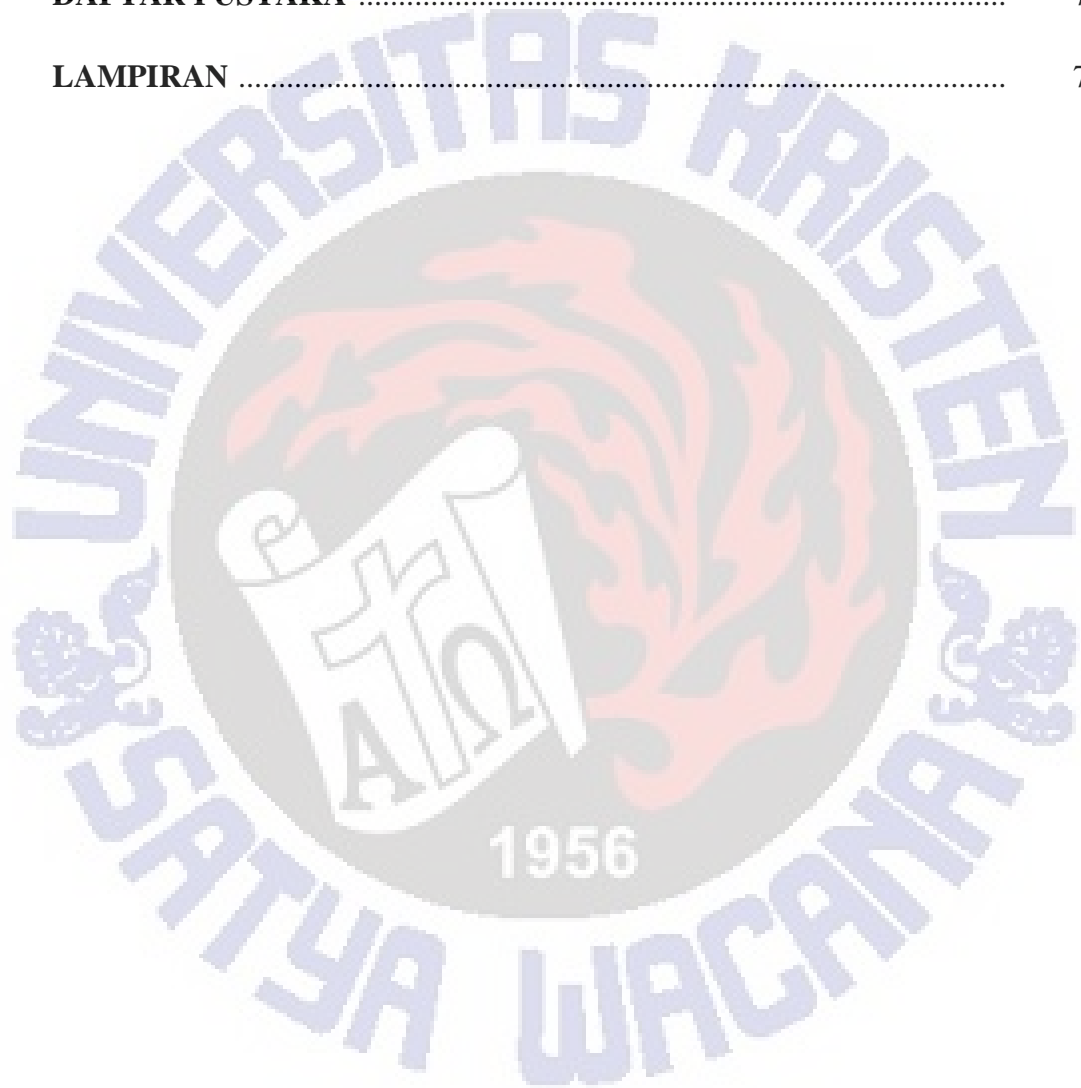


2.1 Kajian Teori .....	8
2.1.1 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	8
2.1.2 Bauran Promosi ( <i>Promotion mix</i> ) .....	9
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	12
2.1.4 Perilaku Konsumen .....	16
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran .....	24
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	27
3.2 Jenis Penelitian .....	27
3.3 Unit Amatan dan Unit Analisis .....	27
3.4 Sumber Informasi .....	28
3.5 Jenis Data .....	28
3.6 Proses Pengambilan Data .....	28
3.7 Lokasi Penelitian .....	29
3.8 Teknik Analisa .....	30
<b>BAB IV. GAMBARAN STRATEGI KOMUNIKASI SINGKONG KEJU D-9</b>	
<b>    SALATIGA .....</b>	<b>31</b>
4.1 Data Hasil Penelitian.....	31
4.2 Profil Singkong Keju D-9 Salatiga .....	32
4.2.1 Sejarah Singkat Singkong Keju D-9 Salatiga .....	32

4.2.2 Produk dan Elemen Tambahan Singkong Keju D-9 Salatiga ..	34
4.2.3 Singkong Keju D-9 menambah Daya Ekonomi.....	34
4.3 Program Strategi Komunikasi Pemasaran	
Singkong Keju D-9 Salatiga.....	35
4.3.1 Segmenting, Targeting, dan Positioning .....	35
4.3.2 Bauran Pemasaran Singkong Keju D-9 Salatiga.....	37
4.3.3 Bentuk Komunikasi Pemasaran Singkong Keju D-9 Salatiga.....	43
1. Direct Marketing .....	44
2. Sales Promotion .....	48
3. Public Relation dan Publicity.....	49
4. Personal Selling.....	53
5. Advertising .....	55
4.4 Analisis Awareness (Tingkat Kesadaran Akan Produk)	
Pada Konsumen .....	57
4.4.1 Faktor Masukan (Internal) .....	57
4.5 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	63
4.5.1 Perencanaan atau Planning .....	64
4.5.2 Implementasi atau Implementation .....	65
4.5.3 Pengendalian .....	66
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>



5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	68
5.3 Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>73</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 - Instagram Singkong Keju D-9 Yang Dikeloka Oleh

Mitra di Semarang .....	45
Gambar 4.2 – Halaman Facebook Singkong Keju D-9 Salatiga.....	46
Gambar 4.3 - Monumen Kawasan Pengolahan Singkong .....	50
Gambar 4.4 – Dokumentasi Kegiatan Amal Free Ta’jil .....	51
Gambar 4.5 – Hardadi Di Berbagai Program Televisi dan Channel	
Youtube .....	52



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 – Skema Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....	25
---	----

